



**Maria Fátima Ribeiro
Borges**

**Impression Management e Desempenho
Organizacional: o caso Português**



**Maria Fátima Ribeiro
Borges**

**Impression Management e o Desempenho
Organizacional: o caso Português**

Dissertação apresentada ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Contabilidade ramo Auditoria, realizada sob a orientação científica de Doutora Graça Maria do Carmo Azevedo, e co-orientação de Dr. Jonas da Silva Oliveira Professores Adjuntos do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro

o júri

presidente

Doutor João Francisco Carvalho de Sousa

(Professor Adjunto do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro)

vogal-arguente principal

Doutora Cristina Maria Gabriel Gonçalves Góis

(Professora Adjunta do Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra)

vogal-orientador

Doutora Graça Maria do Carmo Azevedo

(Professora Adjunta do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro)

vogal-coorientador

Dr. Jonas da Silva Oliveira

(Equiparado a Professor Adjunto do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro)

palavras-chave

carta do presidente, desempenho, *impression management*, psicologia social, relato financeiro, relevância da audiência, visibilidade pública

resumo

O estudo pretende avaliar o impacto do desempenho organizacional na adoção de estratégias de *impression management*. O estudo apresenta uma análise de conteúdo de 45 cartas do Presidente do Conselho de Administração, contidas nos relatórios e contas anuais de 2010, das empresas Portuguesas não financeiras. Os resultados indicam que o desempenho organizacional não influencia a adoção de estratégias de *impression management*.

Consistente com a teoria psicológica social de *impression management*, as empresas de maior dimensão tendem a apresentar uma imagem corporativa mais favorecida, contudo consistente com a restante informação contida no relatório e contas anual. Estas empresas apresentam um maior nível de verbosidade, consistente com o argumento da racionalidade retrospectiva.

keywords

Chairman's statement, performance, impression management, social psychology, financial reporting, audience relevancy, public visibility

abstract

This study assesses the influence of performance in the adoption of impression management strategies. The study conducts a content analysis of a sample of 45 chairman's statements, included in the annual reports for 2010 Portuguese companies in the non-finance sector.

Findings indicate that performance does not explain impression management. Consistent with social psychology theory of impression management, larger companies present a favourable image of the firm, however consistent with an overall reading of the annual report. These companies are more verbose, consistent with the retrospective sense-making argument.